



Resultados do 4T07 e do ano de 2007

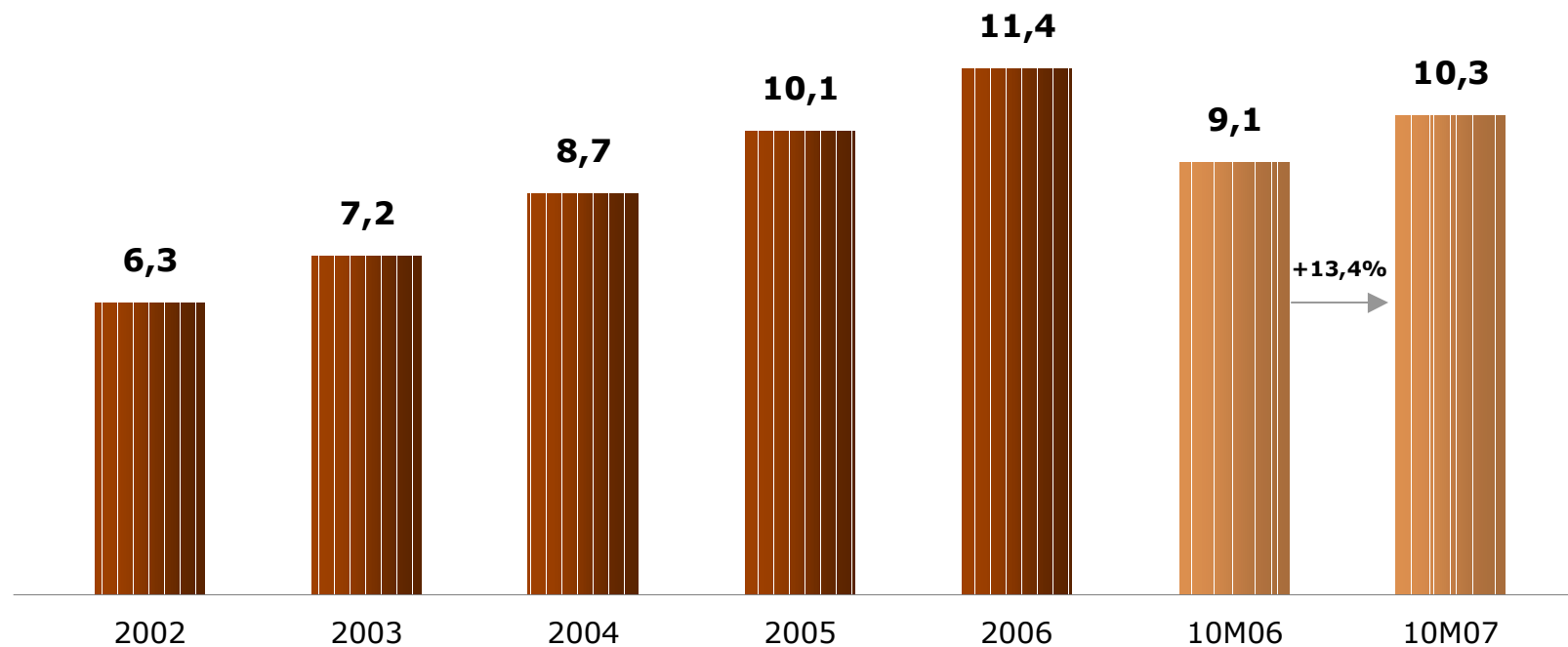
29 de fevereiro de 2008

mercado alvo CF&T – Brasil



> Mercado Alvo¹ – Receita Líquida (R\$ bilhões, nominal)

CAGR (2002-2007) = 15,5%

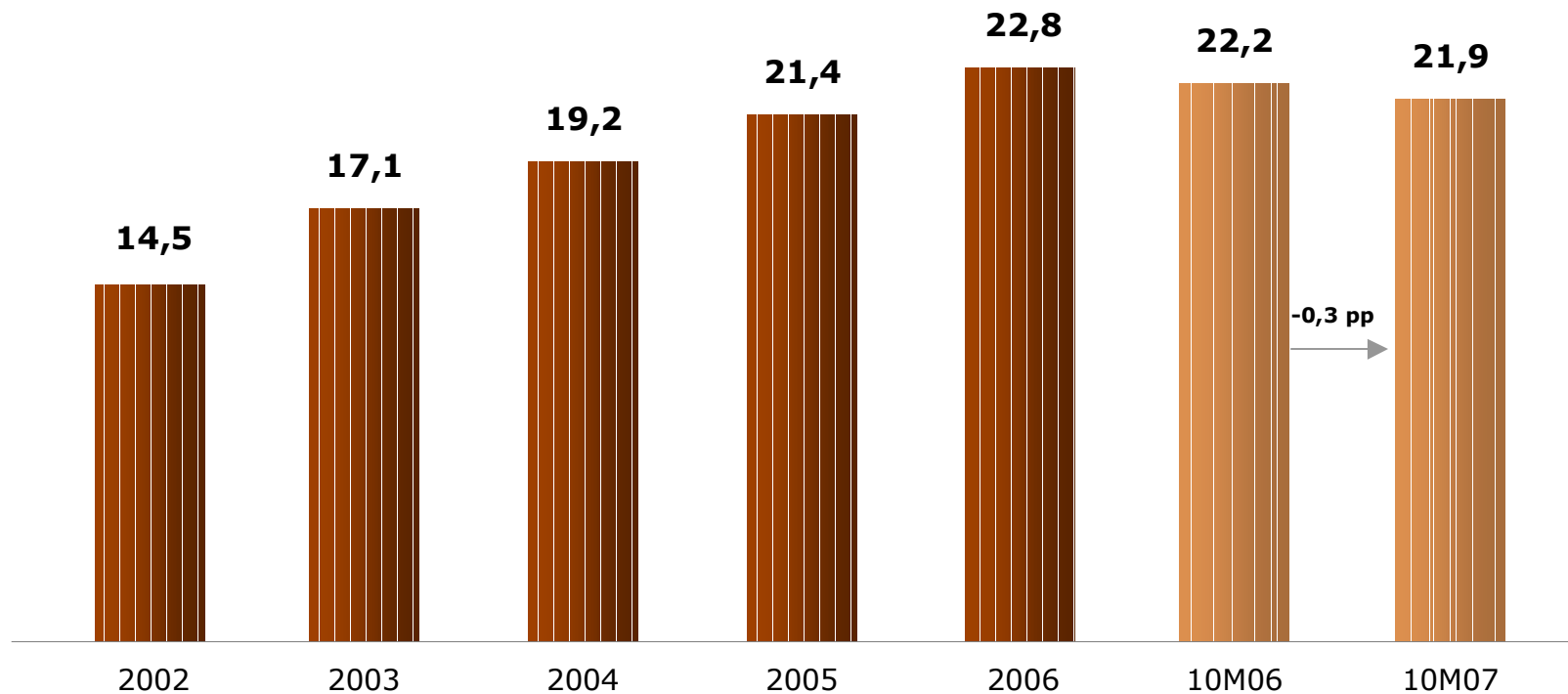


(1) Mercado Alvo: Cuidados com a Pele, Protetor Solar, Maquiagem, Perfumes, Fragrâncias, Cuidados para o cabelo, Creme de Barbear e Desodorantes. Não inclui Fraldas, Esmaltes para Unhas, Absorventes, Tinturas para Cabelos e Higiene Oral. Fonte: Sipatesp e ABHIPEC.

market share – Brasil



> Market Share da Natura no Mercado Alvo¹ (%)



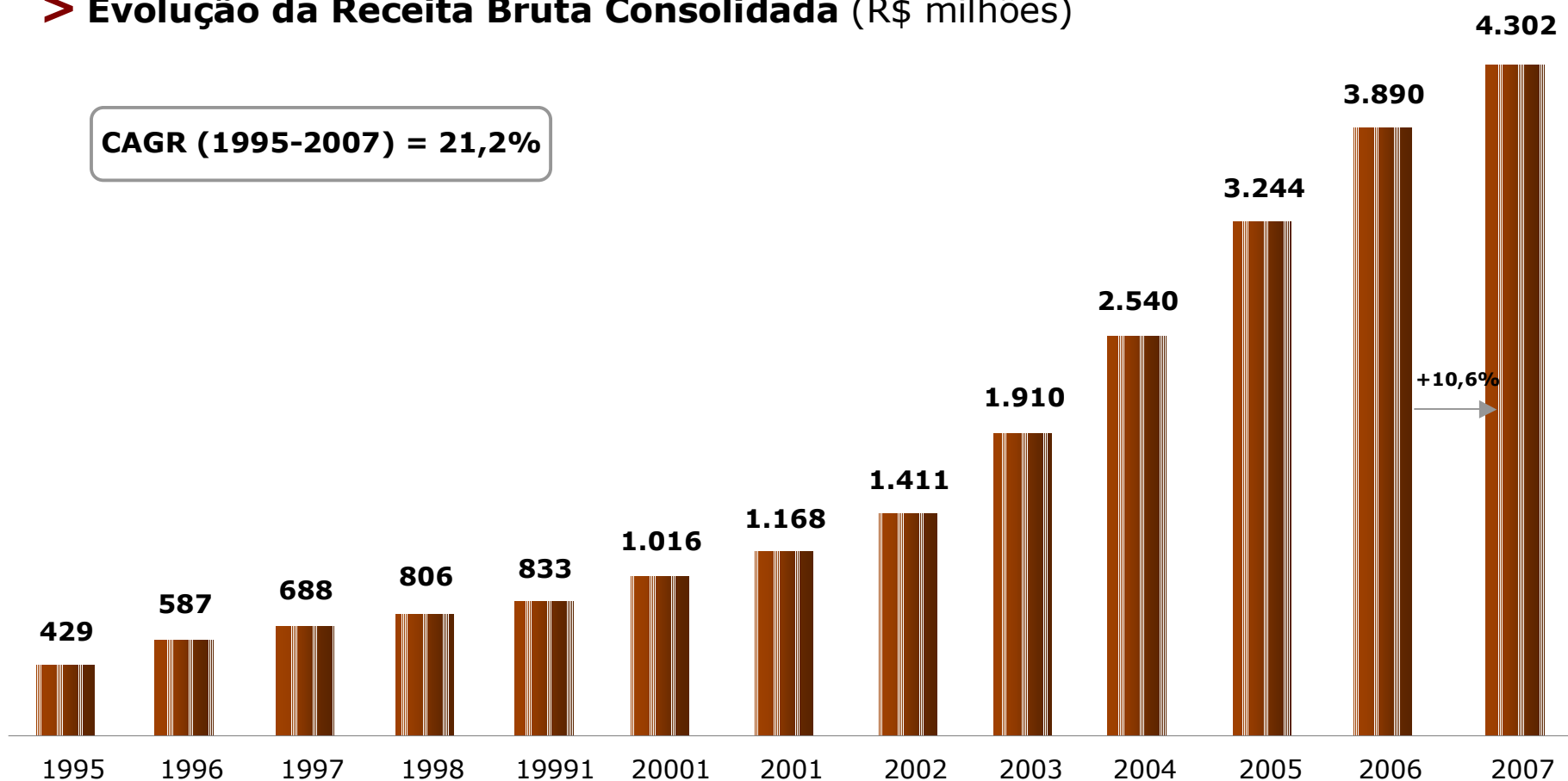
(1) Mercado Alvo: Cuidados com a Pele, Protetor Solar, Maquilagem, Perfumes, Fragrâncias, Cuidados para o cabelo, Creme de Barbear e Desodorantes. Não inclui Fraldas, Esmaltes para Unhas, Absorventes, Tinturas para Cabelos e Higiene Oral. **Fonte: Sipatesp e ABHIPEC.**

receita bruta consolidada



> Evolução da Receita Bruta Consolidada (R\$ milhões)

CAGR (1995-2007) = 21,2%

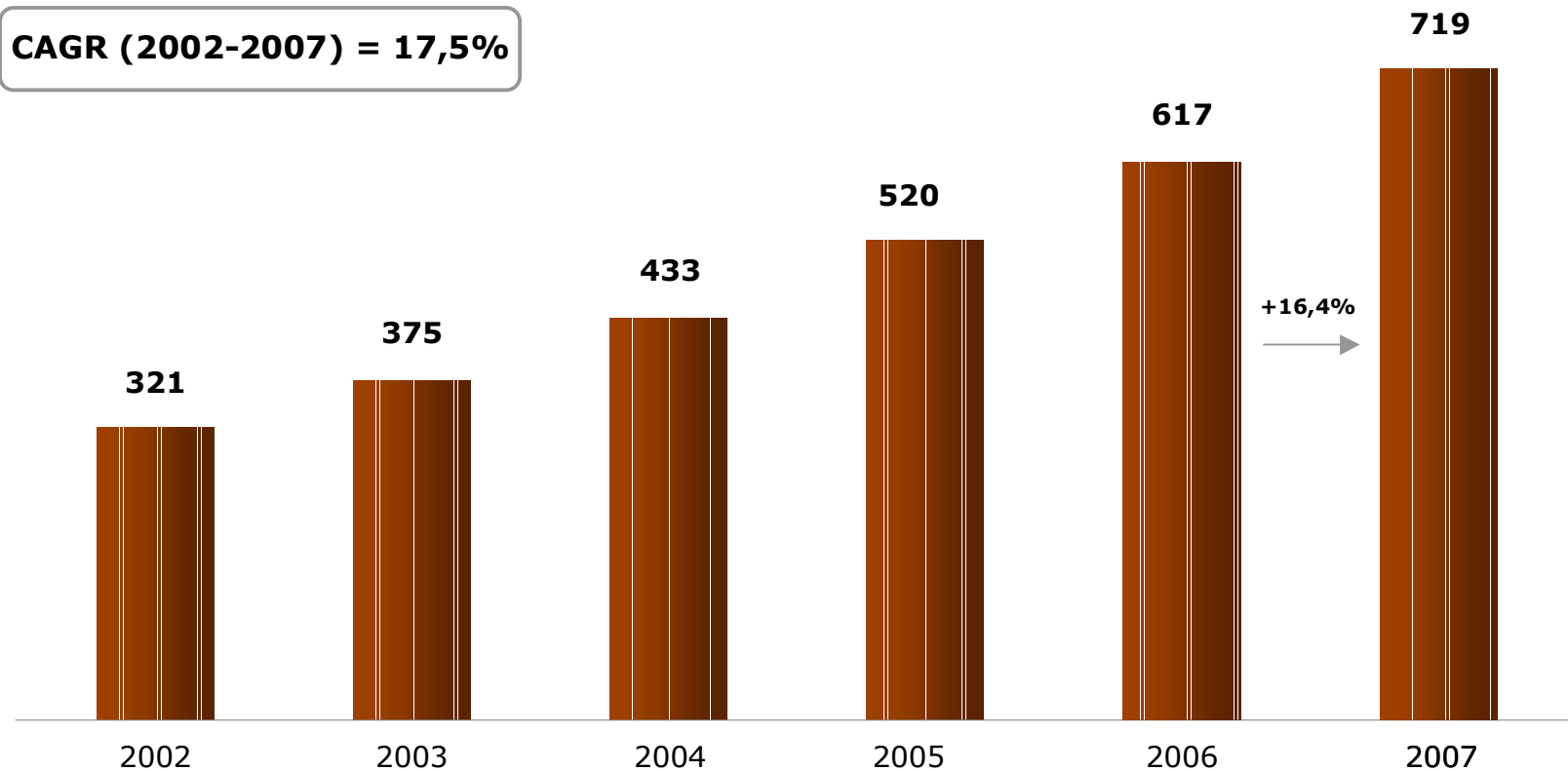


total consolidado de consultoras



> Total Consolidado de Consultoras¹ (milhares)

CAGR (2002-2007) = 17,5%

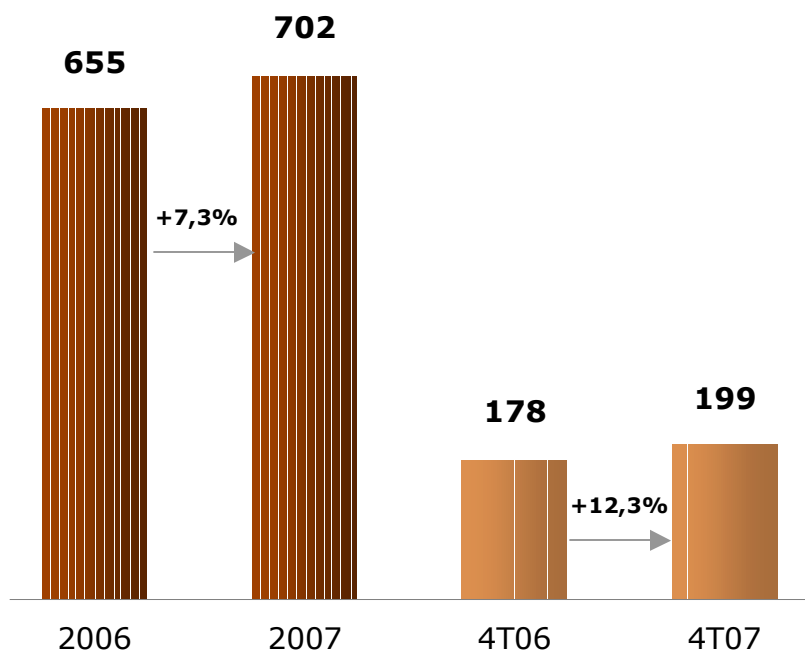


(1) Consultoras na Argentina, Brasil, Chile, Peru, México, Venezuela e Colômbia.

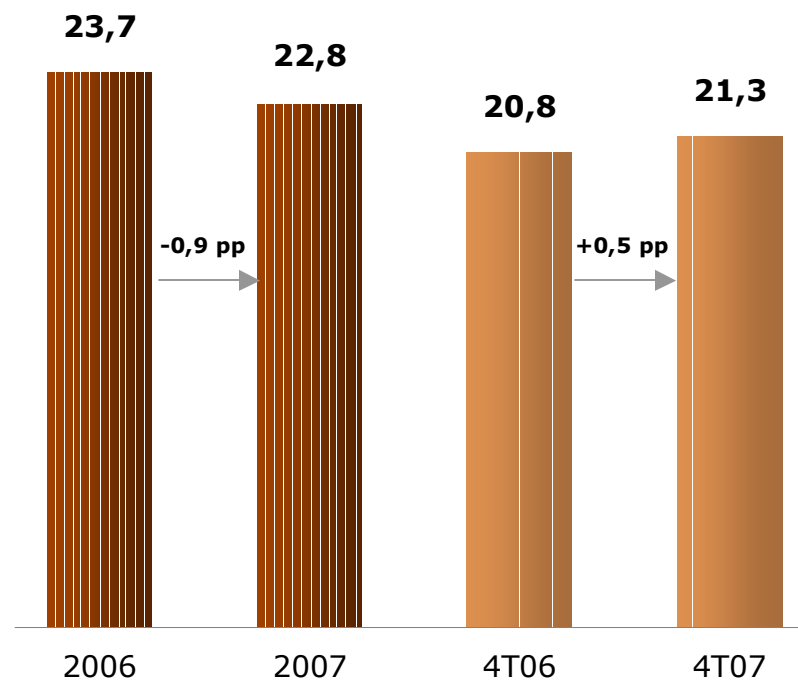
ebitda consolidado



> EBITDA – (R\$ milhões)



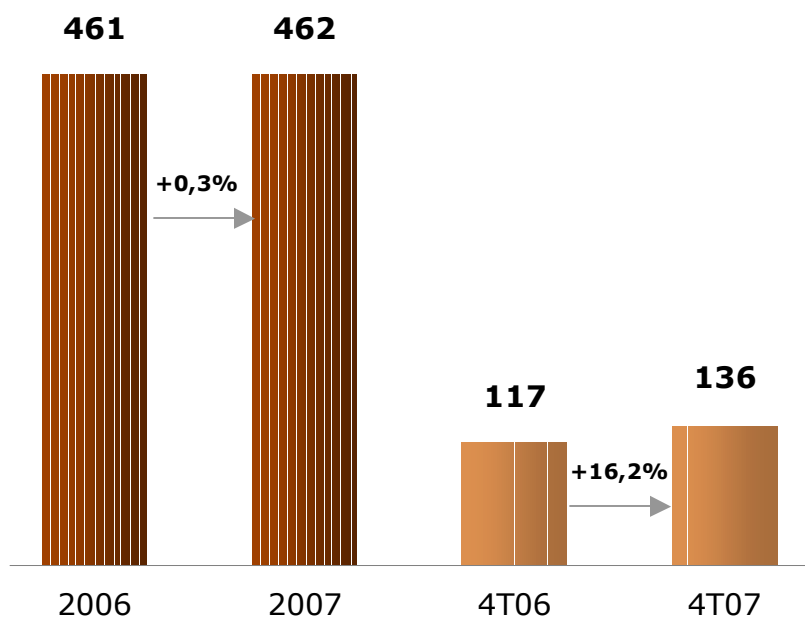
> Margem EBITDA – (%)



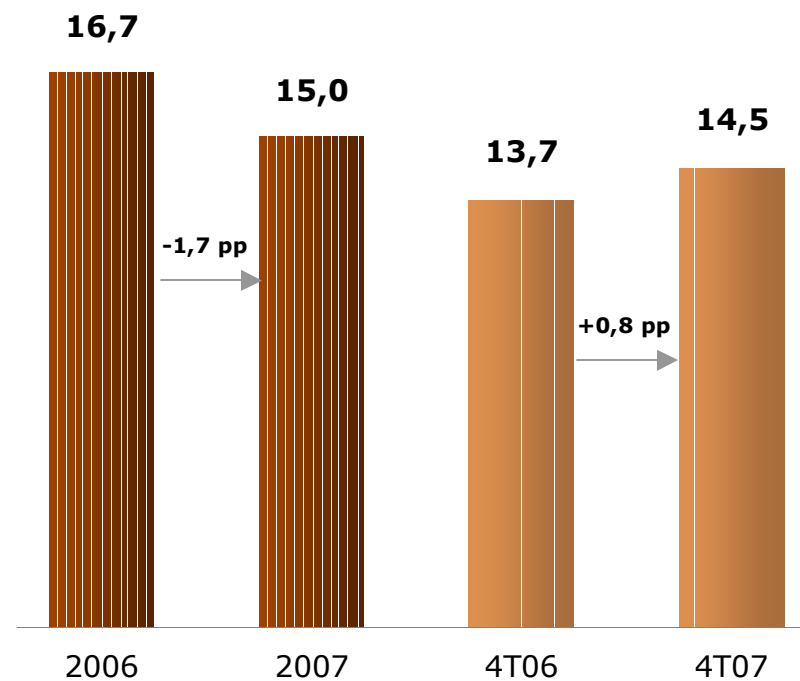
lucro líquido consolidado



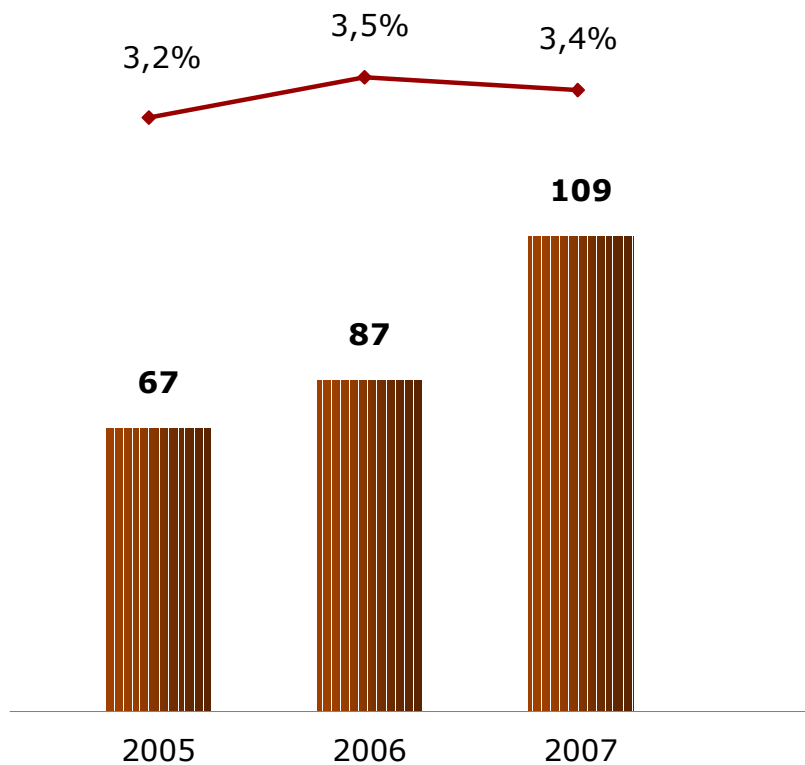
> Lucro Líquido – (R\$ milhões)



> Margem Líquida – (%)



> Investimentos em Inovação – (R\$ milhões)

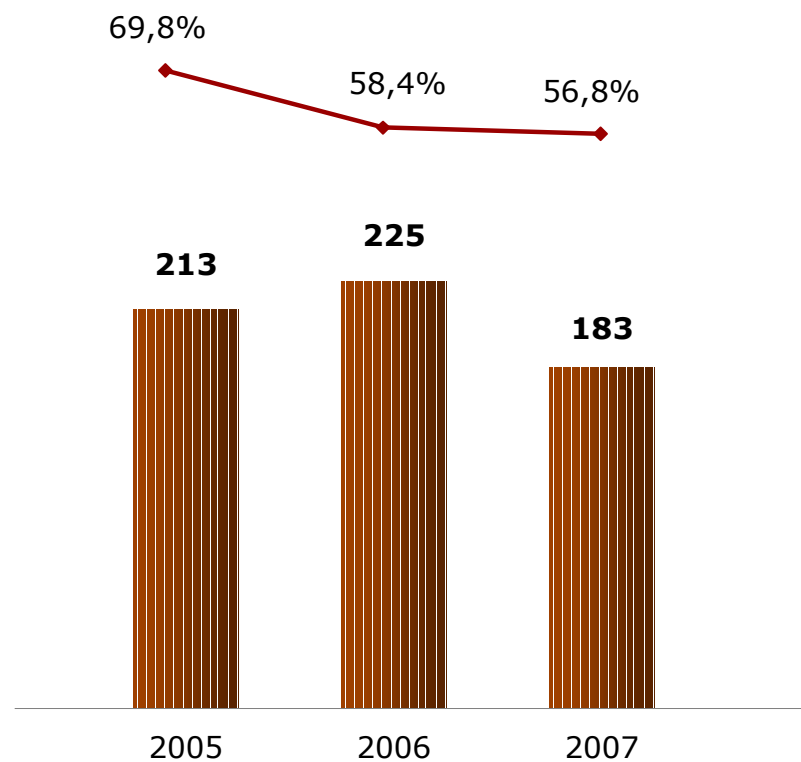


— % da Receita Líquida



Investimento em inovação

> Número de Lançamentos e Índice de Inovação Total – inovação + aperfeiçoamento



— Índice de inovação total

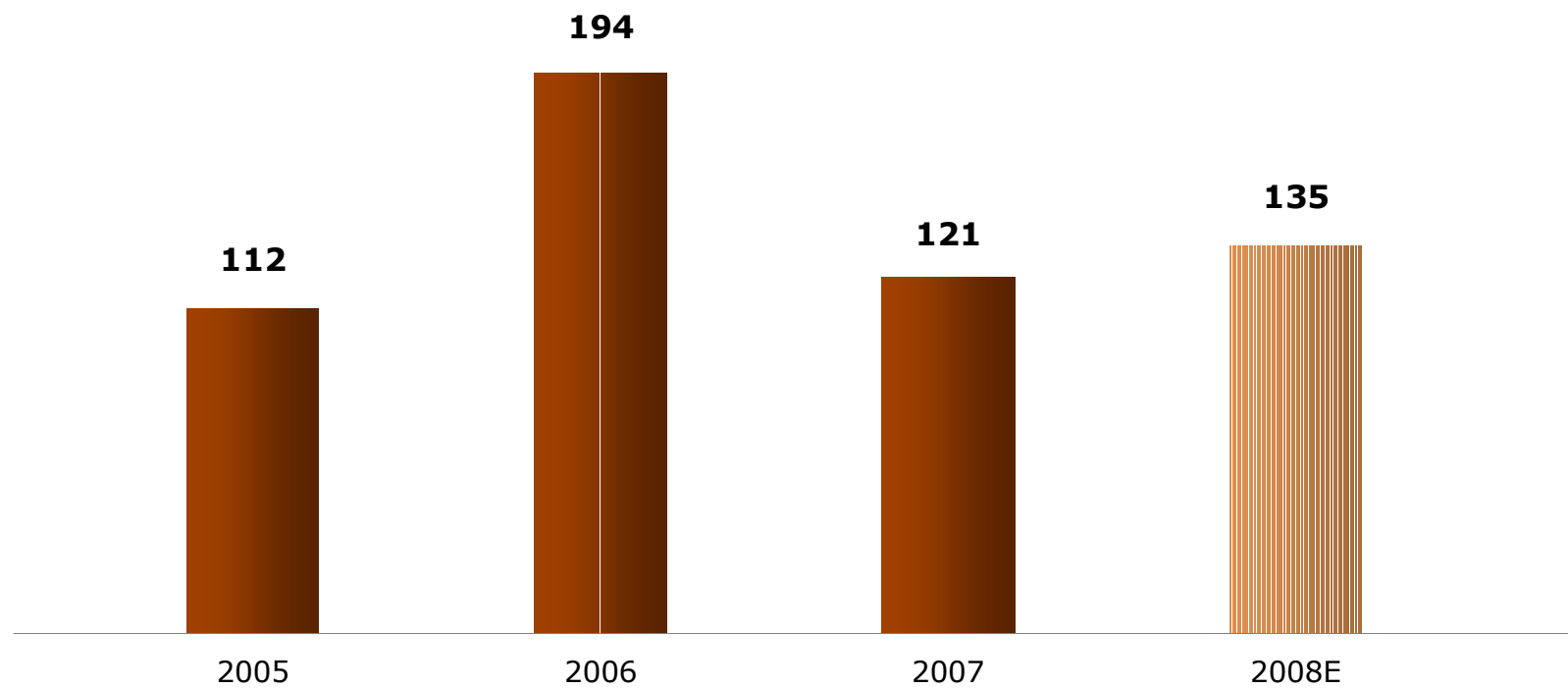


Número de lançamentos

CAPEX



> **CAPEX** (R\$ milhões)



geração de caixa pro forma – consolidado



> Fluxo de caixa consolidado pró forma (R\$ milhões)

	2007	2006	Var %
Lucro líquido do período	462,3	460,8	0,3
(+) Depreciações e amortizações	74,9	54,6	37,2
Geração interna de caixa	537,2	515,4	4,2
Capital de giro operacional ¹	(209,1)	(73,1)	186,2
Outros ativos e passivos ²	(46,6)	(46,7)	(0,1)
Geração operacional de caixa	281,4	395,6	(28,9)
Aquisições de imobilizado	(120,9)	(193,6)	(37,5)
Geração de caixa livre	160,5	202,0	(20,5)

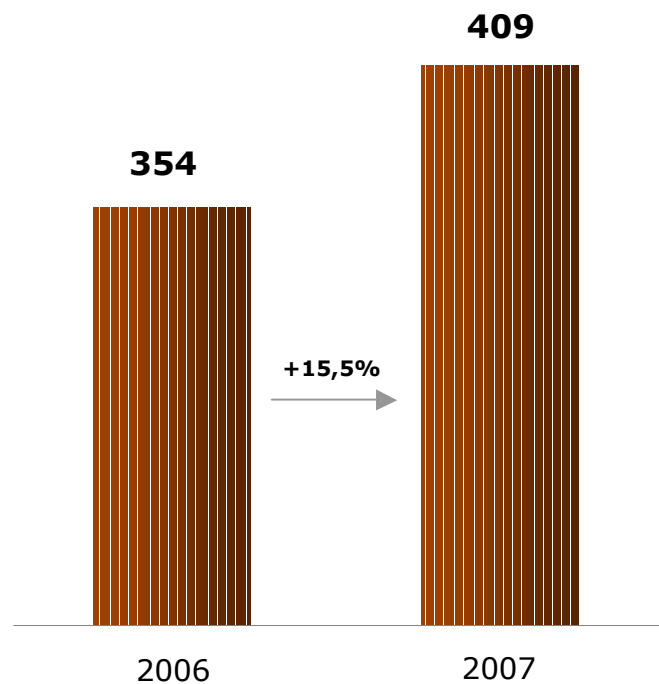
(1) Ativos - Contas a receber, estoques e impostos a recuperar de curto prazo. Passivos - fornecedores, salários, participações no lucro e encargos sociais, obrigações tributárias, provisões e fretes a pagar.

(2) Ativos - Adiantamento a colaboradores e fornecedores, imposto de renda e contribuição social diferidos de curto prazo, outros créditos e ativos realizáveis a longo prazo. Passivos - outros contas a pagar de curto e longo prazos e provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas.

dividendos e juros sobre capital próprio



> Dividendos e JCP Líquido Declarados no Exercício (R\$ milhões)



Pay-out 2007

Lucro líquido	89%
Geração de caixa livre	255%

Dividendos + JCP (líquido) por ação

2005	R\$ 0,74
2006	R\$ 0,83
2007	R\$ 0,95

Carbono neutro – Nos próximos cinco anos, reduziremos 33% das emissões de toda a cadeia de produção e, a partir de 2008, compensaremos as emissões contabilizadas pela Natura em 2007.

Álcool orgânico – Em 2007, passamos a substituir o álcool comum utilizado em nossos produtos por álcool orgânico, priorizando a utilização de recursos naturais em substituição aos insumos químicos.

Vegetalização – Continuamos avançando no movimento de vegetalização, que busca substituir os componentes animais e os componentes minerais derivados de petróleo por componentes vegetais.

Essas ações transparecem em nossa **tabela ambiental**, novidade lançada em 2007. Inspirados na tabela nutricional obrigatória em produtos alimentícios, disponibilizamos nas embalagens e na internet seis indicadores que informam a origem e o destino dos materiais utilizados em nossos produtos.

Refis – A participação dos refis sobre o total de itens faturados cresceu de 19,8% em 2006 para 21,4% em 2007, superando a meta de 20% para o período.

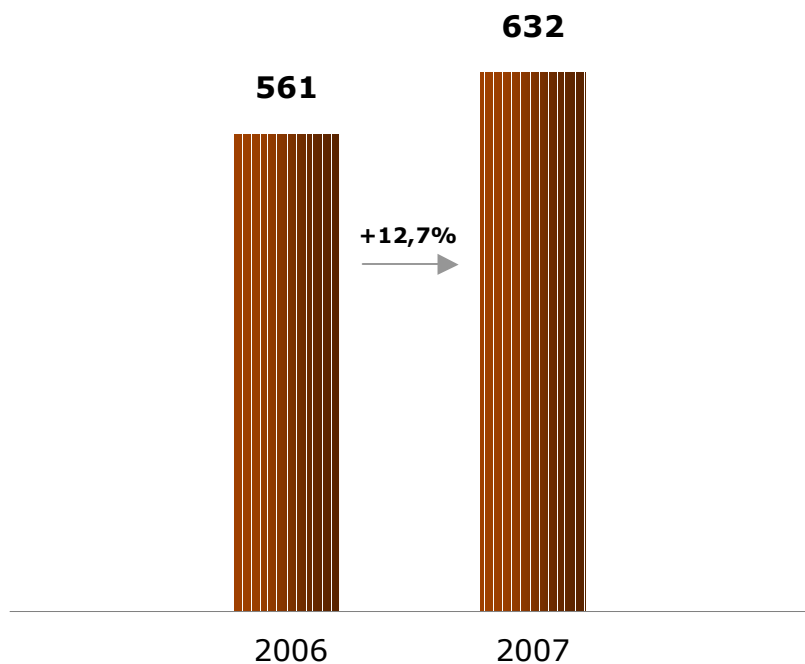


anexos

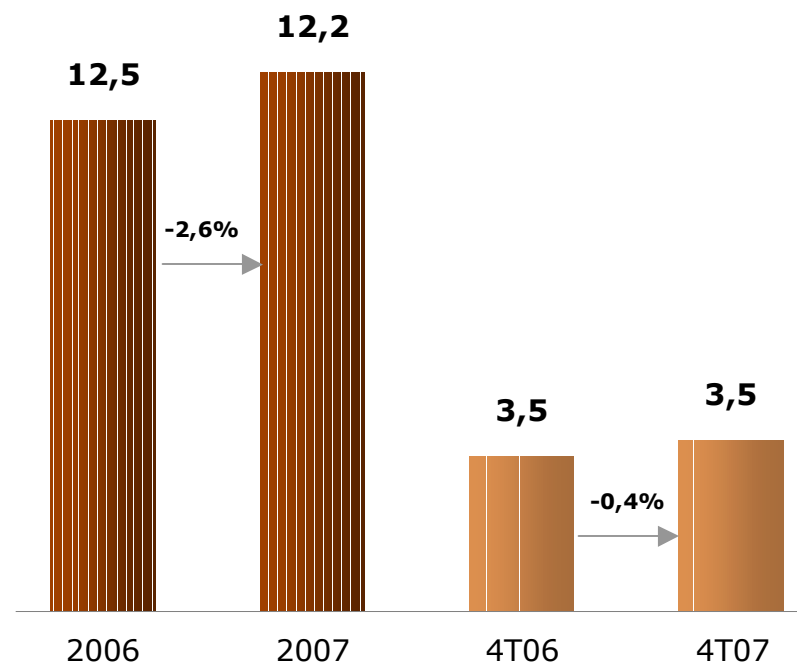
consultoras e produtividade – Brasil



> Consultoras Brasil¹ – (milhares)



> Produtividade Brasil – (R\$ mil por consultora ativa média)

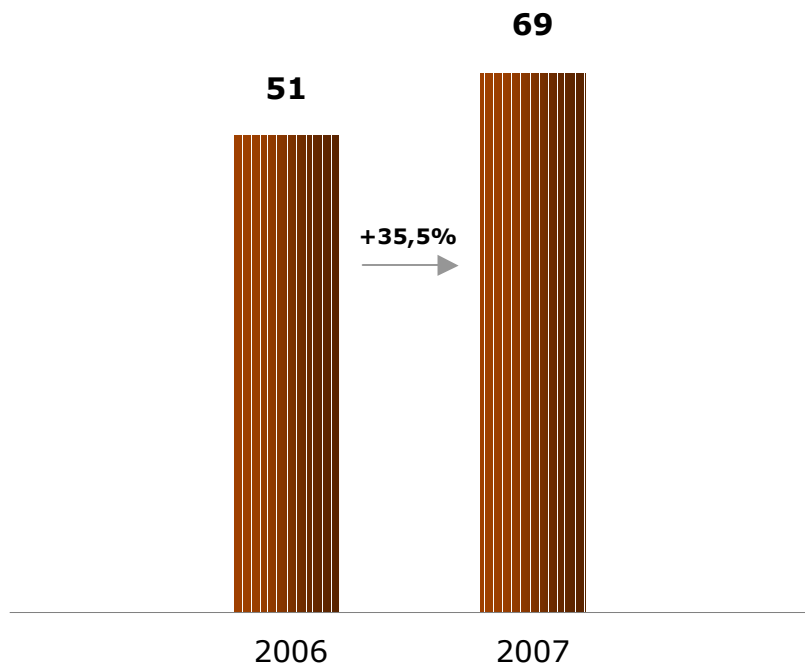


(1) Posição ao final do ciclo 17 de vendas.

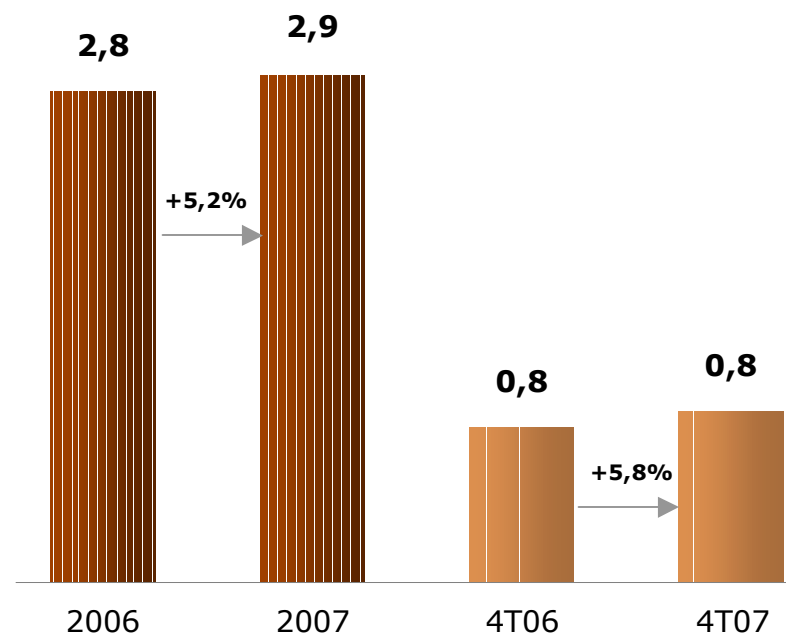
consultoras e produtividade – operações em fase de consolidação



> Consultoras Argentina, Chile e Peru¹ – (milhares)



> Produtividade Argentina, Chile e Peru – (R\$ mil por consultora ativa média)



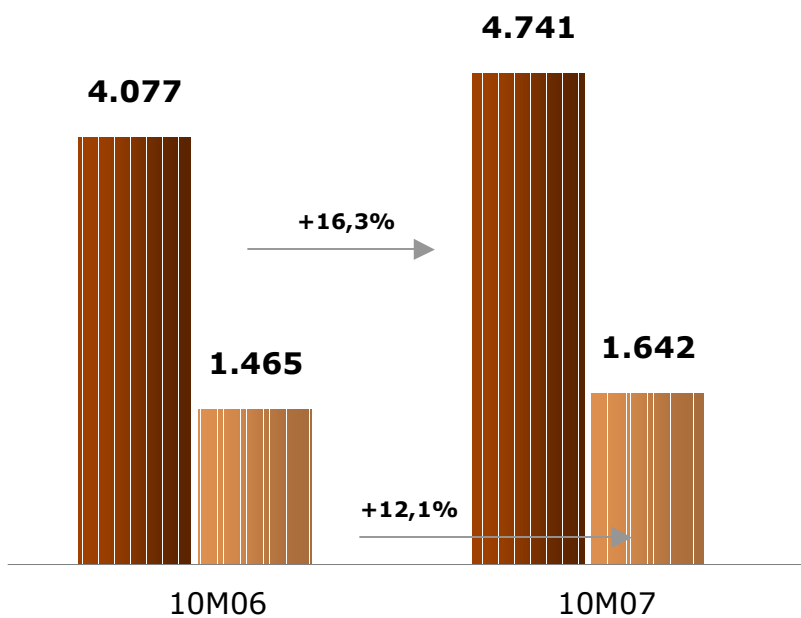
(1) Posição ao final do ciclo 17 de vendas.

mercado alvo CF&T – Brasil

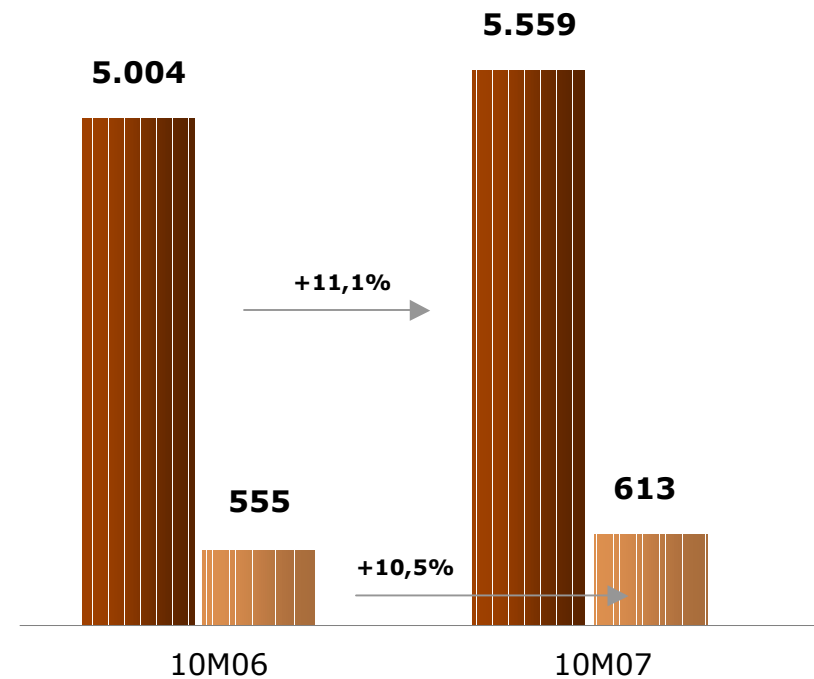
receita líquida por categoria



> Cosméticos e Fragrâncias – (R\$ milhões)



> Higiene Pessoal – (R\$ milhões)

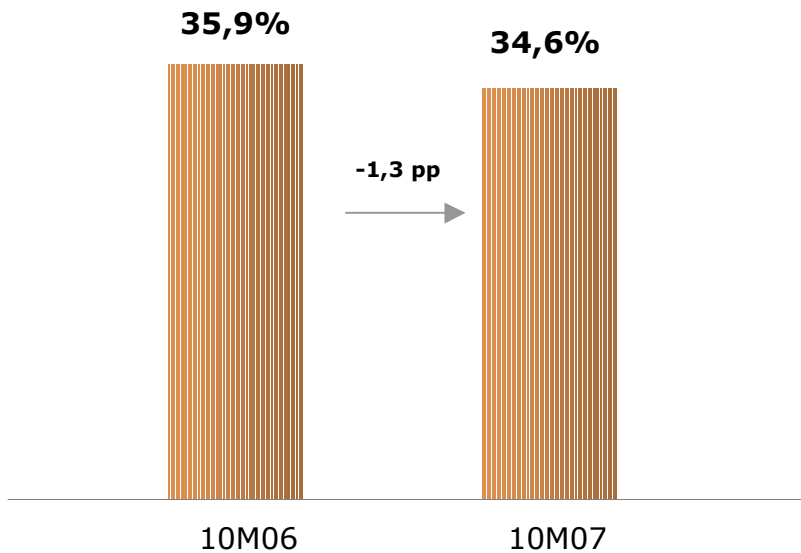


■ Mercado ■ Natura

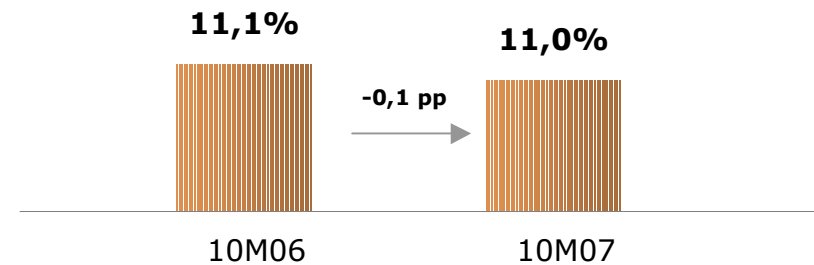
mercado alvo CF&T – Brasil market share Natura por categoria



> Cosméticos e Fragrâncias – (%)



> Higiene Pessoal – (%)



Esta apresentação contém informações futuras. Tais informações não são apenas fatos históricos, mas refletem os desejos e as expectativas da direção da Natura. As palavras "antecipa", "deseja", "espera", "prevê", "pretende", "planeja", "prediz", "projeta", "almeja" e similares, pretendem identificar afirmações que, necessariamente, envolvem riscos conhecidos e desconhecidos. Riscos conhecidos incluem incertezas, que não são limitadas ao impacto da competitividade dos preços e produtos, aceitação dos produtos no mercado, transições de produto da Companhia e seus competidores, aprovação regulamentar, moeda, flutuação da moeda, dificuldades de fornecimento e produção e mudanças na venda de produtos, dentre outros riscos. Esta apresentação também contém algumas informações "pro forma", elaboradas pela Companhia a título exclusivo de informação e referência, portanto, são grandezas não auditadas. Esta apresentação está atualizada até a presente data e a Natura não se obriga a atualizá-la mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.